

～家電のプロとして暮らしに寄り添うものづくりを推進～

ヤマダホールディングス 創業 50 年の知見を活かした SPA 商品戦略を強化

株式会社ヤマダホールディングス（本社：群馬県高崎市、代表取締役会長 兼 CEO：山田 昇、以下、ヤマダホールディングス）は、2030年3月期に向けた中期経営計画の重点施策として、SPA（製造小売）商品の拡充を通じた「くらしまるごと」戦略の深化に取り組んでいます。家電量販店として培ってきた商品開発力を活かし、暮らしに必要な性能を見極め、その質を高めたヤマダオリジナル商品を展開してきましたが、この春、SPA商品の位置づけを再整理し、統一ブランド「YAMADA Products（ヤマダプロダクツ）」として打ち出すこととしました。今後はYAMADA ProductsのもとSPA商品戦略をさらに強化してまいります。



■ 背景：生活者に寄り添ってきた「家電のプロ」としての思い

ヤマダホールディングスは創業以来50年以上にわたり、家電量販店として全国に店舗展開するなかで、多くのお客様の声に向き合ってきました。近年、物価上昇などを背景に生活防衛意識が高まる中で、家電に求められる価値も変化しています。ヤマダホールディングスは、単なる価格訴求ではなく「日々の暮らしに本当に必要な機能と品質を、納得感のある価格で提供すること」が今求められていると考えています。国内メーカー各社が築いてきた日本の暮らしに適した家電文化や品質を尊重しつつ、販売・設置・アフターサービスまで担う当社ならではの視点を活かし、現代の生活者にとって最適な商品づくりに取り組んでいます。

■ SPA 商品戦略の3つの柱

1. 機能と価格のバランス —暮らしに必要な機能と、納得感のある価格—

ヤマダホールディングスは、接客を通じて蓄積したお客様の声や販売データをもとに、家電において利用頻度の高い機能や重視されているポイントを丁寧に分析しています。その結果と、日本における生活文化や住環境を踏まえ、利用頻度の低い機能や複雑化する仕様は見直しを行い、本当に必要な性能を中心とした商品設計を行っており、こうした取り組みが納得感のある価格設定にも繋がっています。単なる低価格の追求にとどまらず、使い勝手と価値の両立を図っています。

2. 品質 ー暮らしを支える基本性能を大切にー

生活家電のサイズや容量、洗濯機の洗浄力、冷蔵庫の保存性能など、日々の暮らしを支える基本的な性能は、商品開発において特に重視しています。毎日使う家電だからこそ、暮らしや生活習慣に寄り添い、長く使い続ける中で満足していただける品質を大切にしています。

3. 安心 ーストアブランド「YAMADA」による安心と、充実した保証ー

ヤマダホールディングスは全国に広がる店舗ネットワークを通じて、販売から設置、アフターサービスまで一貫した体制を構築してきました。困ったときに相談できる身近な店舗があることは、安心して家電を購入・使用するうえで重要な要素です。こうした体制を背景に、最大5年の長期保証（大型家電は3年/カテゴリーにより異なる）を付帯し、購入後も安心してご使用いただける環境を整えています。

このようなSPA商品戦略が、「ヤマダで買ってよかった」と感じていただける体験につながり、ストアブランド「YAMADA」への信頼を高める基盤になると考えています。

■統一ブランド「YAMADA Products」と、春の新ラインナップ

ヤマダホールディングスはSPA商品の拡充にあたり、「YAMADA Products」をSPA商品群の統一ブランドとして位置づけます。YAMADA Productsは長年の販売実績とお客様の声をもとに、“必要な機能を、ちょうどいい品質と価格で”提供するという、当社のものでづくりの考え方を表すブランドです。これを機に、これまで個別に訴求してきたSPA商品をサブブランドとしてYAMADA Productsのもとに集約し、認知向上とブランドイメージの強化を図ります。

《これまでのSPA商品ブランド展開》

- ・「RORO（ロロ）」 : 洗浄力や清潔性、使いやすさを重視した洗濯機シリーズ
- ・「REFAGE（リファージュ）」 : 鮮度や衛生など食生活を支える基本性能を高めた冷蔵庫シリーズ
- ・「RIAIR（リエア）」 : 省エネ性と快適な空調性能をバランスよく備えたエアコンシリーズ
- ・「COOFE（クーフエ）」 : 日常の調理を快適に楽しめる使いやすさを追求した調理家電シリーズ
- ・「Yselect（ワイセレクト）」 : 幅広いカテゴリーで選びやすさとコスパを重視した中小型家電・最寄品



今春より、洗濯機や冷蔵庫などの大型家電を中心に、エントリーモデル、ミドルクラス、フラッグシップモデルの開発に注力し、ライフスタイルやご予算に応じて選びやすいラインナップを拡充します。物価上昇が続く環境下においても、一人ひとりが納得して選べる「新しい当たり前」となる家電の提供を目指します。

■今後の展望：2030年に向けた成長戦略

ヤマダホールディングスは、2030年3月期までにSPA・オリジナル商品の売上高3,400億円超（PB・SPA合わせた売上構成比20%超）を目標に掲げています。本質的な機能と品質を大切にしながら、価格と利益のバランスを適切に保つこの取り組みは、消費者への価値提供と企業としての持続的成長を両立させるための重要な施策です。

ヤマダホールディングスは、今後も変化する市場環境を見据えながら、日本の生活者一人ひとりの暮らしに寄り添う商品とサービスを提供してまいります。

以上

【本件に関する報道関係者お問い合わせ】

株式会社ヤマダホールディングス 統合経営企画室 経営企画部 広報課
TEL：027-345-8947 E-mail：ymd_kouhou@yamada-denki.jp